

Związek motywów komunikowania się za pomocą komunikatora internetowego Facebook chat z satysfakcją z życia i samooceną

WSTĘP

Komunikacja za pośrednictwem komputera lub komunikacja komputerowa (ang. *Computer-Mediated Communications, CMC*) to całość szeroko rozumianych procesów porozumiewania się, w których kanałem przekazu jest komputer. Środowisko komputerowe ze względu na swoje zróżnicowanie daje wiele możliwości komunikacji. Może ona być zarówno jednostronna, jak i interaktywna. Szczególnego znaczenia w kontekście komunikacji nabiera sieć globalna, jaką jest Internet. Wśród internetowych kanałów informacyjnych możemy wyróżnić między innymi: strony WWW, transfery plików, grupy dyskusyjne, gry internetowe, pocztę elektroniczną i pogawędki internetowe, w skład których wchodzi chat i komunikatory internetowe (Grzenia, 2005). W świetle niniejszych rozważań szczególnie istotne jest odróżnienie formy komunikacji jaką jest chat, od komunikatorów internetowych. Do komunikacji poprzez chat zwykle dochodzi między osobami anonimowymi lub znającymi jedynie swoje pseudonimy. Komunikacja za pośrednictwem komunikatorów internetowych to głównie kontakty z osobami bliskimi i osobiście znanymi.

Czapiński i Panek (2011) w raporcie z badań Polaków *Diagnoza Społeczna 2011* stwierdzają, że komunikacja jest jednym z podstawowych celów używania Internetu, a zdecydowana większość komunikacji w sieci to kontakty z osobami znanymi z codziennego życia. Coraz większe znaczenie w aspekcie komunikacji zyskują zwłaszcza serwisy społecznościowe. Obecnie do posiadania konta w którymś z portali i korzystania z niego od czasu do czasu przyznaje się 68% internautów, a więc ponad 40% Polaków. Konto na portalu Facebook posiada 20% Polaków, są to najczęściej ludzie z wykształceniem wyższym, studenci i przedsiębiorcy, mieszkający w średnich i dużych miastach.

Komunikacja przez komunikator Facebook chat ma swoistą specyfikę. Odbywa się w ramach określonego portalu, głównie pomiędzy osobami znającymi się w „realnym” świecie. Kolejne aspekty tej formy kontaktu, odróżniające ją od komunikacji twarzą w twarz, to: możliwość archiwizowania wiadomości, mniej staranna za to bardziej spontaniczna forma, przekazywanie komunikatów głównie w formie wiadomości tekstowych, brak kontaktu wzrokowego. Ta forma komunikacji wydaje się zyskiwać w ostatnim czasie szczególną popularność. Zastanawiające jest zatem, czy komunikacja taka wykazywać będzie związek z satysfakcją z życia lub samooceną użytkowników. Być może bowiem właśnie dzięki jakiemuś specyficznemu oddziaływaniu na te sfery funkcjonowania jednostki, ta forma komunikacji staje się coraz bardziej popularna.

SATYSFAKCJA Z ŻYCIA A AKTYWNOŚĆ W SERWISACH SPOŁECZNOŚCIOWYCH

Diener (1985) zauważa, iż ogólny, subiektywny dobrostan (ang. *well-being*) składa się z trzech komponentów: pozytywnych emocji, negatywnych emocji i satysfakcji z życia. Pierwsze dwa odnoszą się do emocjonalnej strony konstruktów, jakim jest subiektywny dobrostan; ostatni pozostaje w relacji do sądów poznawczych, służących ocenie własnego życia. Sposób, w jaki określona osoba ocenia swoje życie, odnosi się do tego, jak bardzo jest nim usatysfakcjonowana; wyznacza jej satysfakcję z życia. Satysfakcja z życia rozumiana jest tu jako poznawcza ocena swojego życia (ang. *judgments of life or life evaluation*) (Diener i in., 2009).

¹⁵ Uniwersytet Jagielloński

Jak wynika z dotychczas prowadzonych badań (Valkenburg i Peter, 2007), komunikacja z wykorzystaniem komunikatorów internetowych, używanych głównie do kontaktu z realnymi przyjaciółmi, pośrednio pozytywnie wpływa na poczucie satysfakcji z życia adolescentów. Stwierdzono, iż częsta komunikacja poprzez komunikatory wpływa na zwiększenie częstości osobistych kontaktów z realnymi znajomymi, częstsze kontakty przekładają się zaś generalnie na większą jakość wzajemnej relacji. Wyższa jakość relacji przekłada się na wyższe poczucie satysfakcji z życia. Relatywnie częste rozmowy z nieznanymi poprzez czat okazały się nie mieć wpływu na dobrostan adolescentów (Valkenburg i Peter, 2007).

Także wielkość sieci znajomych w serwisie społecznościowym (ang. *network*) wykazuje pozytywny związek z poziomem postrzeganego wsparcia społecznego oraz poziomem satysfakcji z życia. Wydaje się, że Facebook może być dobrym sposobem na uzyskiwanie stałego wsparcia społecznego w bardzo mobilnym współczesnym świecie (Manago i in., 2012).

W świetle powyższych danych można zatem przypuszczać, że komunikacja przez komunikator Facebook czat pozostaje w związku z satysfakcją z życia.

SAMOOCENA A KONTAKTY ONLINE

Samooceńa (ang. *self-esteem*) to rodzaj globalnej oceny siebie, która u osób dorosłych ma względnie trwały charakter. Można ją określać w kategoriach postawy, jaką przyjmuje jednostka wobec własnego Ja: postawy negatywnej (niska samooceńa) lub pozytywnej (wysoka samooceńa). Samooceńa rozumiana jest zatem jako pozytywna lub negatywna całościowa ocena odnosząca się do własnej osoby. Jest ona częścią większego wymiaru, który Rosenberg określił mianem koncepcji siebie (ang. *self-concept*). Koncepcja siebie to całość uczuć i myśli jednostki odnosząca się do niej jako obiektu (Dzwonkowska i in., 2008).

Doniesienia naukowe sugerują, iż osoby z niższą samooceńą więcej zyskują używając Facebooka, jeśli chodzi o tworzenie tzw. pomostowego kapitału społecznego (ang. *bridging social capital*) niż osoby z wyższą samooceńą (Steinfeld i in., 2008). Uważa się także, że specyfika portalu Facebook może pomagać w kompensowaniu niskiej samooceńy studentów (Ellison i in., 2007). Dowiedziono, że studenci z niską samooceńą spędzają więcej czasu używając Facebooka i częściej odwiedzają tę stronę niż ci z wyższą samooceńą (Mehdizahed, 2010). Gonzales i Hancock (2011) zwracają uwagę, że poprzez tworzenie i uaktualnianie swojego facebookowego profilu użytkownik może selektywnie wybierać, jakiego rodzaju informacje o sobie przekazuje, a prezentowanie jedynie pozytywnych cech może wpływać na podwyższenie jego samooceńy. Przypuszcza się również, iż wykorzystanie technologii w celu komunikacji może dawać szansę osobom z niską samooceńą na to, by chroniły się przed negatywnymi informacjami zwrotnymi, np. poprzez blokowanie rozmów z osobami, od których mogą spodziewać się tego rodzaju komunikatów (Joinson, 2004).

MOTYWY KOMUNIKACJI ZA POMOCĄ FACEBOOK CZAT

Wydaje się, że ludzie mogą kierować się różnymi motywami komunikując się poprzez komunikator Facebook czat. Zastanawiające jest to, czy motywy te wiążą się w jakiś sposób z satysfakcją z życia i samooceńą. Czy pewne sposoby komunikacji wykazują związek z wysoką, a inne z niską samooceńą? Czy może jakiś specyficzny rodzaj komunikacji sprawia, że ludzie są bardziej zadowoleni ze swojego życia?

Chcąc zbadać możliwe motywy komunikacji, autor tego opracowania odniósł się do badań Rubin i współpracowników (1988). Wymienili oni sześć podstawowych motywów podejmowania komunikacji międzyludzkiej:

1. Przyjemność - komunikacja jako rozrywka, zabawa, ekscytacja.
2. Okazywanie uczuć - komunikacja stanów uczuciowych; komunikacja w celu okazywania wsparcia bądź troski.
3. Poszukiwanie wsparcia - komunikacja w celu łagodzenia samotności, bycia z innymi (odczuwania więzi) i dzielenia się z nimi swoimi uczuciami.
4. Unikanie - komunikacja podejmowana w celu ucieczki od innych aktywności.
5. Relaks - odpowiada potrzebie komunikacji w celu odpoczynku i uwolnienia się od stresujących sytuacji.
6. Kontrola - wykorzystywanie komunikacji w celu zmiany zachowania innej osoby.

Graham i in. (1993) zauważają, że motywy te różnią się w zależności od kontekstu, w jakim znajduje się osoba komunikująca się (*who we talk to, how we talk, and what we talk about - z kim rozmawiamy, w jaki sposób rozmawiamy, o czym rozmawiamy*). W ramach niniejszego badania postanowiono przyjrzeć się motywom komunikacji w kontekście „rozmów” odbywających się poprzez komunikator dostępny na portalu Facebook. Można założyć, że kontakty te mają specyficzny charakter, odbywają się bowiem głównie pomiędzy znajomymi się osobami.

PYTANIE BADAWCZE

Przeprowadzenie niniejszych badań motywowane było ciekawością i chęcią znalezienia odpowiedzi na intrygujące autora pytanie badawcze: W jaki sposób samoocena i satysfakcja z życia wiążą się z motywami skłaniającymi do komunikacji poprzez Facebook czat?

Postawiono dwie hipotezy badawcze:

Hipoteza 1: Motyw komunikowania się poprzez Facebook czat, jakim jest poszukiwanie wsparcia, pozytywnie wiąże się z samooceną.

Hipoteza 2: Motyw komunikowanie się poprzez Facebook czat, jakim jest poszukiwanie wsparcia, pozytywnie wiąże się z satysfakcją z życia.

NARZĘDZIA BADAWCZE

Satysfakcja z życia została w przeprowadzonym projekcie badawczym zmierzona Skalą Satysfakcji z Życia (Satisfaction With Life Scale - SWLS) autorstwa Dienera i współpracowników, w polskiej adaptacji Juczyńskiego (2001). Przeznaczona jest do indywidualnego lub grupowego badania osób dorosłych. Skala zawiera 5 stwierdzeń. Badany ocenia, w jakim stopniu każde z nich odnosi się do jego dotychczasowego życia. Wynikiem pomiaru jest ogólny wskaźnik poczucia zadowolenia z życia. Metoda uznana została za rzetelne narzędzie badań psychologicznych - wskaźnik alfa Cronbacha wynosi 0,86 (Juczyński, 2001).

Do pomiaru samooceny badanych zastosowano Skalę Samooceny Rosenberga SES w polskiej adaptacji Dzwonkowskiej i współpracowników (2008). Metoda składa się z 10 twierdzeń. Badani na 4-stopniowej skali oceniają, na ile zgadzają się z każdym z nich. Wynikiem jest wskaźnik globalnej samooceny badanego, rozumianej jako postawa badanego wobec samego siebie - stosunku do własnej osoby. Skala jest narzędziem rzetelnym, wskaźnik rzetelności alfa Cronbacha polskiej adaptacji wynosi 0,81 (Dzwonkowska i in., 2008).

Motywy komunikowania się poprzez Facebook czat zbadano zmodyfikowaną wersją kwestionariusza *Interpersonal Communication Motives Scale - ICM* (Kwestionariusz do badania motywów komunikacji) autorstwa Rubin i współpracowników (1988), w tłumaczeniu i opracowaniu własnym. Spis poszczególnych

twierdzeń wchodzących w skład każdej ze skali zamieszczony został w aneksie. Badanych proszono o ustosunkowanie się na skali 7-stopniowej do 18 stwierdzeń odnoszących się do różnych przyczyn komunikowania się poprzez komunikator Facebook. Wynikiem pomiaru jest liczba punktów uzyskanych w każdym z 4 wymiarów: Przyjemność i relaks, Okazywanie uczuć, Poszukiwanie wsparcia oraz Ucieczka. Rubin i in. (1988) wyróżniają dodatkowo wymiar Relaks i Kontrola. Na potrzeby niniejszych badań wymiar Relaks został włączony do Przyjemności, natomiast wymiar Kontrola został wykluczony z analizy ze względu na niezadowalającą rzetelność pomiaru. Wskaźniki rzetelności alfa Cronbacha dla omawianego narzędzia były zadowalające i wyniosły: dla skali Przyjemności i Relaks 0,89, zaś dla pozostałych skal 0,80.

GRUPA BADANA I PROCEDURA BADAWCZA

Badanie zostało przeprowadzone w formie ankiety *online*. Prośba o wypełnienie ankiety została wysłana do użytkowników witryny internetowej wizaż.pl.

Zamiarem autora niniejszych badań było odniesienie się do osób aktywnie korzystających z Internetu i posiadających konto na portalu Facebook¹⁶. W celu doboru grupy badanej zdecydowano się na wysłanie do użytkowników forum internetowego wizaż.pl prośby o udział w badaniu. Zdecydowano się na wybór tego forum, gdyż jest to jedno z największych polskich forów internetowych. Portal ten udostępnia ponadto listę obecnie aktywnych użytkowników, która posłużyła za operat losowania. Trzykrotnie wysłano do losowo wybranych, aktywnych w danym momencie na forum osób po 100 zapytań z prośbą o wzięcie udziału w badaniu. Losowano 100 osób, tworząc najpierw interwał losowania według schematu: liczba aktualnie dostępnych osób na forum/100. Zaproszenia do badania wysłano także do grupy 50 osób będących co 7 znajomym jednego spośród losowo dobranych znajomych autora niniejszego badania. Zaproszenie do badań zawierało prośbę, by kwestionariusze wypełniali tylko użytkownicy portalu Facebook, jednakże nie można ustalić, czy rzeczywiście tylko oni je wypełnili.

Finalnie w badaniu wzięło udział 62 osoby: 26 mężczyzn i 36 kobiet. Średnia wieku badanych wyniosła 24 lata (przy odchyleniu standardowym równym 2 lata i 3 m-ce).

WYNIKI

Aby zweryfikować postawione hipotezy badawcze postanowiono przeprowadzić analizę regresji na danych z badań Kwestionariuszem do badania motywów komunikacji, Skalą Satysfakcji z Życia oraz Skalą Samooceny Rosenberga. Pozwala ona na zbadanie współzmienności kilku zmiennych, co daje pełniejszy obraz niż analizowanie pojedynczych korelacji. Sprawdzono także, które motywy badani wybierali najczęściej oraz jak kształtował się poziom ich satysfakcji z życia i samooceny.

Analizując dane zawarte w tabeli 1. zauważyć można, iż najczęściej wskazywanym przez badanych motywem komunikacji poprzez Facebook czat było okazywanie uczuć, natomiast najrzadziej wybieranym - poszukiwanie wsparcia. Wyniki takie mogą w pewien sposób nawiązywać do specyfiki portalu jako narzędzia służącego głównie zachowaniom o charakterze zabawy i relaksu.

¹⁶ Niezwykle trudnym zadaniem jest określenie populacji użytkowników Facebooka,; szacuje się ją na ok. 10 mln. Użytkownicy posiadać mogą więcej niż jedno konto, a także tworzyć mogą konta fikcyjne, co dodatkowo komplikuje ustalenie liczebności indywidualnych użytkowników portalu.

Skale Kwestionariusza do badania motywów komunikacji	M	Me	Mo	I. Mo	War	SD	A
Okazywanie uczuć	3,8	3,8	3,2	7	1,9	1,4	-0,1
Przyjemność i relaks	3,2	2,8	1,6	6	2,1	1,5	0,33
Ucieczka	3	2,8	1	8	2,2	1,5	0,3
Poszukiwanie wsparcia	2,8	2,8	1	12	1,9	1,4	0,34

Tabela 1. Zestawienie średnich uzyskanych przez badanych (N=62) w poszczególnych skalach Kwestionariusza do badania motywów komunikacji. (Wyjaśnienie skrótów: M-średnia, Me-mediana, Mo-moda, I. Mo-liczność mody, War-wariancja, SD-odchylenie standardowe, A-współczynnik skośności)

Tabela 2. zawiera zestawienie średnich wyników uzyskiwanych przez badanych w zakresie samooceny (SES) oraz satysfakcji z życia (SWLS). Średni poziom samooceny wśród badanych wyniósł 29,9 i nie odbiegał od średniego poziomu dla populacji polskiej, który w badaniach Łaguny i in. (2007) wyniósł 29,8 (studenci 19–24 r.ż, N=452). Średni poziom satysfakcji z życia w analizowanej grupie wyniósł 21,4, co jest wynikiem zbliżonym dla średnich wyników satysfakcji z życia uzyskanych dla populacji polskiej przez Juczyńskiego (2001) (studenci N=114, SWLS M=21,13). Można zatem przypuszczać, iż pod względem średniego poziomu samooceny i satysfakcji z życia badana grupa nie odbiegała od średnich wyników polskiej populacji.

Skala pomiarowa	N	M	Me	Mini	Max	SD
Satysfakcja z Życia - SWLS	62	21,4	23,0	5,0	31,0	5,92
Samoocena – SES	62	29,9	30,0	19,0	39,0	5,99

Tabela 2. Zestawienie średnich wyników uzyskiwanych przez badanych w Skali Satysfakcji z Życia (SWLS) i Skali Samooceny Rosenberga (SES). (Wyjaśnienie skrótów: M-średnia, Me-mediana, SD-odch.stand, Mini-wynik minimalny, Max-wynik maksymalny)

Próba odpowiedzi na pytanie badawcze

W jaki sposób samoocena i satysfakcja z życia wiążą się z motywami skłaniającymi do komunikacji poprzez Facebook chat?

W celu znalezienia odpowiedzi na postawione pytanie badawcze przeprowadzono krokową analizę regresji. Stworzono dwa modele, na potrzeby których zmiennymi niezależnymi były poszczególne motywy komunikowania się, a zmiennymi zależnymi była samoocena (w modelu 1.) i satysfakcja z życia (w modelu 2.). Wyniki przeprowadzonych analiz prezentowane są odpowiednio w tabelach 3. i 4. Model 1. pomocny był w znalezieniu odpowiedzi na hipotezę badawczą 1, model 2. pomógł odpowiedzieć na hipotezę badawczą nr 2.

Zmienna zależna Samoocena $R = 0,39$; $R^2 = 0,155$ (15%)

Zmienna wyjaśniająca	Współczynnik regresji		Test istotności współczynnika regresji		Współczynnik beta	
	wartość	błąd	t	p	wartość	błąd
Poszukiwanie wsparcia	-0,481	0,155	-3,103	0,003	-0,443	0,143
Okazywanie uczuć	0,424	0,156	2,72	0,009	0,389	0,143
W. Wolny	18,853	2,135				

Tabela 3. Model 1. Wyjaśnienie samooceny (mierzonej SES) w odwołaniu do motywów komunikowania się poprzez komunikator Facebook chat. $F(2,60)=5,5251$; $p<0,0062$; Błąd std. estymacji: 5,6

Do modelu wyjaśniającego powiązania pomiędzy samooceną a motywami podejmowania komunikacji poprzez Facebook czat włączone zostały dwa spośród czterech badanych kwestionariuszem motywów. Jedynie dwa motywy, którymi są: Poszukiwanie wsparcia oraz Okazywanie Uczuć, można uznać za predyktory samooceny. Uzyskane wyniki nie pozwalają na potwierdzenie hipotezy badawczej mówiącej, iż motyw komunikowania się poprzez Facebook czat, jakim jest poszukiwanie wsparcia, pozytywnie wiąże się z samooceną. Analizując współczynniki regresji, zauważyć można ujemną wartość współczynnika dla zmiennej Poszukiwanie wsparcia oraz dodatni współczynnik dla zmiennej Okazywanie uczuć. Można zatem przypuszczać, iż poszukiwanie wsparcia wykazuje związek negatywny z samooceną. Wzrost na skali Poszukiwania wsparcia o 1 jednostkę - przy niezmiennych wartościach dla Okazywania uczuć - pociąga za sobą spadek samooceny o około 0,481. Z kolei Okazywanie uczuć wykazuje związek pozytywny z samooceną. Możemy zatem przypuszczać, iż najwyższe wyniki w skali samooceny SES mają te osoby badane, które jako motyw komunikacji wskazują okazywanie uczuć przy jednoczesnym niewykorzystywaniu komunikatora Facebook czat do poszukiwania wsparcia. Wzajemnym oddziaływaniem dwóch włączonych do modelu motywów można tłumaczyć ok. 15% zmienności w zakresie samooceny.

Zmienna zależna Satysfakcja z życia $R=0,511$ $R^2 = 0,262$ (26%)

Zmienna wyjaśniająca	Współczynnik regresji		Test istotności współczynnika regresji		Współczynnik beta	
	wartość	błąd	t	p	wartość	błąd
Okazywanie uczuć	0,497	0,15	3,325	0,002	0,462	0,139
Poszukiwanie wsparcia	-0,648	0,178	-3,648	0,001	-0,605	0,166
Przyjemność i relaks	0,203	0,096	2,118	0,038	0,345	0,163
W. wolny	16,285	2,068				

Tabela 4. Model 2. Wyjaśnienie satysfakcji z życia (mierzonej SWLS) za pomocą motywów komunikowania się poprzez komunikator Facebook czat. $F(3,59)=6,9869$; $p<0,0004$ Błąd std. estymacji: 5,2

Model 2. prezentuje analizę regresji krokowej dla zmiennej zależnej Satysfakcja z życia. Do tego modelu włączone zostały trzy spośród czterech motywów komunikowania się poprzez Facebook czat. Wzajemne oddziaływanie tych trzech motywów okazało się mieć istotny statystycznie wpływ na satysfakcję z życia. Za ich pomocą możemy tłumaczyć ok. 26% zmienności w zakresie tej zmiennej. Zauważyć można, iż motywy okazywania uczuć oraz przyjemności i relaksu wykazują związek pozytywny z poczuciem satysfakcji z życia. Natomiast motyw poszukiwania wsparcia wykazuje związek negatywny. Można zatem wysnuć przypuszczenie, iż osoby korzystające z Facebook czat dla zaspokojenia potrzeby przyjemności i relaksu oraz dla okazania uczuć cechują się wyższym niż inni badani poczuciem satysfakcji z życia. Uzyskane wyniki nie pozwalają na potwierdzenie hipotezy badawczej mówiącej, iż motyw komunikowanie się poprzez Facebook czat, jakim jest poszukiwanie wsparcia, pozytywnie wiąże się z satysfakcją z życia.

PODSUMOWANIE

Wyniki przeprowadzonego badania sugerują, że motywy komunikacji poprzez komunikator Facebook czat wiążą się z samooceną i satysfakcją z życia osób korzystających z portalu. Przypuszczalnie osoby, które używają portalu głównie po to, by poszukiwać wsparcia, charakteryzują się obniżoną samooceną i satysfakcją z życia. Zależność ta nie wydaje się być zaskakująca - naturalne wydaje się być to, iż w obliczu złego samopoczucia poszukujemy pomocy. Ciekawym wydaje się jednak ukazany w tym

badaniu kierunek zależności. Mianowicie kierowanie się motywem poszukiwania wsparcia obniża dodatkowo samoocenę i satysfakcję z życia, zamiast je wspierać, podnosić. Osoby go prezentujące być może chcą odnieść pewnego rodzaju korzyść z rozmowy poprzez portal, gdy tymczasem stosowanie takiego motywu pogarsza jeszcze samoocenę i satysfakcję z życia. Wydaje się zatem, że ze względu na charakter komunikatów możliwych do przekazania za jego pośrednictwem, komunikator dostępny w ramach portalu Facebook nie jest odpowiednim medium do poszukiwania wsparcia.

Chcąc wyjaśnić taką zależność można pokusić się o postawienie następującej hipotezy: w ramach portalu, jakim jest Facebook użytkownicy oczekują raczej rozrywki i zabawy, niż tego, że będą wspierać innych. Co za tym idzie, osoby, które mimo wszystko mają nadzieję, że za pośrednictwem portalu doznają pocieszenia, spotykają się raczej z negatywnym odbiorem i doświadczają frustracji. Inni użytkownicy nie mają bowiem ochoty wysłuchiwać ich i udzielać im wsparcia.

Drugą możliwą przyczyną negatywnych skutków poszukiwania wsparcia może być specyfika komunikatora Facebook czat. Tekstowy charakter komunikatów oraz brak kontaktu wzrokowego ze współrozmówcą sprawia, że wymieniane w jego ramach komunikaty pozbawione są wielu aspektów o charakterze emocjonalnym, jak np. ekspresja twarzy, ton głosu, dotyk. Elementy te mają przecież niebagatelne znaczenie w bezpośredniej (twarzą w twarz) komunikacji interpersonalnej ukierunkowanej na udzielenie wsparcia, a ich brak przesądzać może o nieskuteczności facebookowych komunikatów w zakresie udzielania wsparcia.

Tymczasem dwa motywy wymieniania komunikatów przez Facebook, które okazały się istotnie wpływać na satysfakcję z życia i samoocenę, a więc motyw poszukiwania przyjemności i relaksu oraz okazywania uczuć, mogą dobrze wpasowywać się w charakterystykę i oczekiwania użytkowników portalu, jakim jest Facebook. Portal ten jest bowiem miejscem, które w założeniu ma służyć rozrywce i zabawie oraz okazywaniu raczej pozytywnych uczuć. Zatem osoby motywowane przez przyjemność i relaks mogą wpisywać się w ogólne oczekiwania innych użytkowników, którzy prawdopodobnie oczekują zabawnych komentarzy i radosnych wpisów. Użytkownicy działający zgodnie z oczekiwaniami Facebookowej społeczności otrzymywać mogą pozytywne informacje zwrotne, które wzmacniają ich samoocenę i budują poczucie satysfakcji z życia.

Reasumując, wydaje się, że to właśnie niska samoocena i niska satysfakcja z życia skłania do komunikowania się przez komunikator Facebook czat w celu poszukiwania wsparcia. Jednakże poszukiwanie wsparcia w taki sposób paradoksalnie obniża jeszcze satysfakcję z życia i samoocenę, zamiast je podnosić. Można zatem stwierdzić, że komunikacja poprzez Facebook czat w celu poszukiwania wsparcia nie zawsze odnosi pożądaną skuteczną. Natomiast komunikacja w celach uzyskania przyjemności i wyrażania uczuć pozytywnie wpływa na satysfakcję i samoocenę użytkowników Facebooka.

OGRANICZENIA BADAŃ

Należy zwrócić uwagę, iż wyodrębnione w obu modelach predyktory tłumaczą raczej niewielką część zmienności zmiennych zależnych. Jest to odpowiednio 15% dla zmiennej samoocena i 26% dla zmiennej satysfakcja z życia. Pozostaje znaczna część zmienności niewyjaśniona poprzez czynniki brane pod uwagę w tym badaniu. Ponadto dla uzyskanych modeli ujawnił się stosunkowo duży błąd standardowy estymacji. Używając wyodrębnionych w obu modelach predyktorów do szacowania wartości zmiennej zależnej można pomylić się średnio o 5,6 pkt w modelu 1. oraz 5,2 w modelu 2. Wydaje się zatem, że ewentualny wpływ motywów podejmowania komunikacji, chociaż może być istotny statystycznie, jest raczej niezbyt duży.

Grupa badanych była niezbyt liczna (N=62), a w związku z tym prawdopodobnie nie oddaje ona wiernie zależności istniejących w populacji użytkowników Facebooka. Badania miały charakter samoopisowy i przeprowadzane były *online*, co za tym idzie uzyskane wyniki obarczone mogą być szeregiem błędów związanych ze zniekształceniem odpowiedzi przez badanych. Wielu z badanych prawdopodobnie nigdy nie zastanawiało się nad tym, dlaczego używa komunikatora wbudowanego w portal. Tymczasem, wypełniając ankietę musieli oni dość szybko i bez czasu na głębsze zastanowienie się ustosunkować się do podanych pytań. Nie ma zatem pewności, że to, co badani deklarują w ankiecie zgodne jest z ich „rzeczywistym” zachowaniem w ramach portalu.

Przeprowadzone badania, pomimo licznych ograniczeń, wydają się stanowić ciekawą inspirację do dalszych analiz oraz źródło hipotez do eksploracji w kolejnych poszukiwaniach. Zagadnienie związku pomiędzy motywami do korzystania z komunikacji komputerowej a samooceną i satysfakcją z życia jest intrygujące. Jeśli bowiem wysunięte hipotezy o negatywnym związku pomiędzy motywem poszukiwania wsparcia a samooceną i satysfakcją z życia okazałyby się w dalszej weryfikacji prawdziwe, mogą uchronić one niektóre osoby od bezskutecznego, a nawet szkodliwego dla nich, poszukiwania wsparcia przez kanały zupełnie do tego nieprzystosowane.

BIBLIOGRAFIA

- Czapiński, J., Panek, T. (2011). *Diagnoza Społeczna 2011. Warunki i Jakość Życia Polaków*. [www.diagnoza.com, dostęp: 26.01.2012].
- Diener E., Kahneman D., Arora R., Tov W., Harter J. (2009). Income's Differential Influence on Judgments of Life Versus Affective Well being. *Assessing WellBeing*, 39, 233-246.
- Diener E., Emmons R. A., Larsen R. J., Griffin S. (1985). The Satisfaction With Life Scale, *Journal of Personality Assessment*, 49(1), 71-75.
- Dzwonkowska I., Lachowicz-Tabaczek K., Łaguna M. (2008). *Samoocena i jej pomiar. Polska adaptacja skali SES M. Rosenberga*, Warszawa: Pracownia Testów Psychologicznych PTP.
- Ellison N. B., Stenfield C., Lampe C. (2007). The benefits of Facebook friends: Social capital and college students use of online social network sites. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 12, 143-1168.
- Gonzales, A. L., Hancock, J. T. (2011). Mirror, mirror on my Facebook wall: Effects of exposure to Facebook on self-esteem. *Cyberpsychology, Behaviour and Social Networking*, 14(1-2), 79-83.
- Graham E. E., Barbato C. A., Perse E. M. (1993). The Interpersonal Communication Motives Model. *Communication Quarterly*, 41, 2, 172-186.
- Grzenia J. (2006). *Komunikacja językowa w Internecie*. Warszawa: PWN.
- Joinson A.N. (2004). Self-Esteem, Interpersonal Risk, and Preference for E-Mail to Face-To-Face Communication. *Cyber Psychology and Behavior*, 7, 4, 472-478.
- Juczyński, Z. (2001). *Narzędzia pomiaru w promocji i psychologii zdrowia*. Warszawa: Pracownia Testów Psychologicznych PTP.
- Łaguna M., Lachowicz-Tabaczek K., Dzwonkowska I. (2007). Skala samooceny SES Morrisa Rosenberga – polska adaptacja metody. *Psychologia Społeczna*, 2(4), 164-176.
- Manago A. M., Taylor T., Greenfield P. M. (2012). Me and my 400 friends: The anatomy of college students' Facebook networks, their communication patterns, and well-being. *Developmental Psychology*. 48 (2), 369-80.
- Mehdizadeh S. (2010). Self-presentation 2.0: Narcissism and self-esteem on Facebook. *Cyberpsychology, Behaviour and Social Networking*, 13(4), 357-363.
- Rosenberg M. (1989). *Society and the Adolescent Self-Image*. Middletown, Ct: Wesleyan University Press.
- Rubin R. B., Perse E. M., Barbato C. A. (1988). Conceptualization and measurement of interpersonal communication motives. *Human Communication Research*, 14, 602-628.
- Steinfeld C., Ellison N. B., Lampe C. (2008). Social capital, self-esteem, and use of online social network sites: A longitudinal analysis. *Journal of Applied Developmental Psychology* 29, 6, 434-445.
- Suler J. (2004). The Online Disinhibition Effect. *Cyber Psychology and Behavior* 7, 3, 321-326.
- Valkenburg P. M., Peter J. (2007). Online communication and adolescent well-being: Testing the stimulation versus the displacement hypothesis. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 12, 4. [http://jcmc.indiana.edu/vol12/issue4/valkenburg.html, dostęp: 16.01.2013].

ANEKS

Pytania włączone w skalę badającą poszczególne motywy w Kwestionariuszu do badania motywów komunikacji

Motyw przyjemności i relaksu

Rozmawiam używając Fb Czat, ponieważ to dobra zabawa.	Rozmawiam używając Fb Czat, ponieważ dostarcza mi to wielu pozytywnych emocji.	Rozmawiam używając Fb Czat, by miło spędzić czas.	Rozmawiam używając Fb Czat, bo sprawia mi to radość.	Rozmawiam poprzez Fb Czat, bo to mnie relaksuje.	Rozmowa poprzez Fb Czat pozwala mi się odprężyć.
---	--	---	--	--	--

Rzetelność alfa Cronbaha = 0,89

Motyw poszukiwania wsparcia

Rozmawiam używając Fb Czat, gdy potrzebuję kogoś, z kim mógłbym porozmawiać.	Rozmawiam używając Fb Czat, ponieważ czasami potrzebuję porozmawiać o moich problemach.	Rozmawiam używając Fb Czat, bo to sprawia, że czuję się mniej samotny.	Rozmawiam używając Fb Czat, bo świadomość, że ktoś znajduje się przed drugim komputerem dodaje mi otuchy.
--	---	--	---

Rzetelność alfa Cronbaha = 0,80

Motyw okazywania uczuć

Rozmawiam poprzez Fb Czat, gdy chcę komuś pomóc.	Rozmawiam używając Fb Czat, by pokazać komuś, że interesuje mnie to, co on/ona czuje.	Rozmawiam używając Fb Czat, gdy chcę komuś podziękować.	Rozmawiam używając Fb Czat, gdy martwię się o kogoś.
--	---	---	--

Rzetelność alfa Cronbaha = 0,80

Motyw ucieczki

Rozmawiam używając Fb Czat, by odłożyć na później coś, co powinienem właśnie robić.	Rozmawiam używając Fb Czat, by uciec/odciąć się od codziennych obowiązków.	Rozmawiam używając Fb Czat, gdy nie mam lepszego zajęcia.	Rozmowa poprzez Fb Czat pozwala mi uciec od presji i stresów.
---	--	---	---

Rzetelność alfa Cronbaha = 0,80